

Workbook



CONVERSÃO EXTREMA

Sites Inteligentes

O que é um Site Inteligente

Não adianta ter a estrutura completa para anunciar na internet se o seu site não for bom.

Pense comigo, seu site precisa ser a vitrine da sua empresa, com isso, não pode ser feio ou desorganizado.

O objetivo desse módulo é você entender os principais elementos que constituem um site de alta conversão, pois sem isso, suas campanhas serão um desastre.

Lembre-se, um site de alta conversão é quando cada página serve seu real propósito aumentando seus resultados, ou seja, se você vende cadeira, mande para a página da cadeira e não para a página principal do seu site.

Tipos de Website

Atualmente, ter um site deixou de ser um privilégio de poucos e tornou-se essencial para qualquer empresa e profissional liberal destacar seus serviços e diferenciais.

Mas antes de sair por aí desenvolvendo um website é necessário conhecer os tipos e as funcionalidades possíveis de cada um.

1. Institucional

Um site institucional tem como principal objetivo fazer a divulgação da empresa, sendo o cartão de visitas no mundo virtual e a porta de entrada para bons negócios.

O site apresenta os valores da empresa, a área de serviços e possibilita que haja contato entre o consumidor e a empresa.

Exemplos:

Blueberry Marketing: <http://bbmarketing.com.br>

Aprenda Teclado: <http://aprendateclado.com>

Conversão Extrema: <http://conversaoextrema.com>

2. E-commerce

Um site que organiza vários produtos em um só lugar, onde o processo de compra é feito sem a necessidade de ajuda de terceiros.

Exemplos:

Netshoes: <https://www.netshoes.com.br/>

Americanas: <https://www.americanas.com.br/>

3. Blog

O objetivo do blog é informar e compartilhar conteúdo.

É ótimo para quem quer mostrar ao mundo o que sabe fazer, divulgar ferramentas e informações sobre produtos ou serviços.

Geralmente tem mais visitas orgânicas, já que o Google prioriza conteúdo. Alguns utilizam o blog para gerar renda a partir de anúncios e também para capturar leads em troca de conteúdo.

Exemplos:

Tiago Tessmann: <https://tiagotessmann.com.br/blog/>

Hotmart: <https://blog.hotmart.com/pt-br/>

4. Landing Page

Informar sobre um produto ou serviço específico e gerar uma ação que leva o usuário para uma página de uma única ação, normalmente, de compra ou cadastro.

Exemplos:

E-book Google:

<https://conversaoextrema.com/e-book-como-anunciar-no-google-com-ou-cimento-baixo-ge/>

Live Tiago Tessmann: <https://conversaoextrema.com/live>

15 Elementos de um Site Inteligente

Descubra como criar um site que realmente gera resultado para o seu negócio, vamos abordar 15 elementos indispensáveis para tornar o seu site em um "site inteligente".

1. Tenha em mente o objetivo do site

É importante ressaltar que este tipo de postagem é visado para sites que procuram principalmente contato com os clientes, para que haja venda de produtos ou serviços posteriormente.

Sendo que, para alguns tipos de websites estas dicas não se aplicam

Exemplo:

Meta 1: incentivar os clientes a comprar no local da sua empresa;

Meta 2: incentivar os clientes a entrar em contato com você;

Meta 3: incentivar os clientes a realizar conversões no seu site;

Meta 4: incentivar as pessoas a fazer o download do seu aplicativo.

2. Design simples, limpo e funcional

Seu objetivo é fazer com que os usuários sigam qualquer tipo de ação que você esteja procurando (como conhecer a empresa, os produtos ou assinar sua lista

de e-mails).

Excesso de ícones de mídia social, imagens e informações desnecessárias podem fazer com que seu site pareça desorganizado e sem foco.

Se você usar um layout limpo, seus usuários irão agradecer por uma experiência melhor.

Um bom designer vai conseguir deixar o site mais bonito possível desde que não interfira na funcionalidade do mesmo.

3. Comece por estas páginas

Se você não tiver certeza de quais informações incluir em seu site, o melhor método é começar com as cinco páginas principais (caso você produza conteúdo regularmente, considere incluir um blog também).

É importante ressaltar que nem sempre você precisará de um site com todas essas páginas. Muitas vezes uma simples landing page pode te servir bem.

Essas páginas definem as expectativas certas para os visitantes e abrangem as suas necessidades básicas de negócios:

- 1 **Página inicial;**
- 2 **Quem somos;**
- 3 **Produtos/serviços;**
- 4 **Depoimentos;**
- 5 **Contato;**
- 6 **Blog.**

4. Use chamadas para a ação

As chamadas para a ação mais eficazes têm um objetivo claro e específico. Utilize chamadas claras para os clientes criarem conexões com você, como e-mail, telefone, WhatsApp, etc

5. Inclua formulários de inscrição

O e-mail é uma ferramenta inestimável para criar clientes fiéis e aumentar as vendas. Um formulário de inscrição de email ajuda a atrair novamente seus clientes existentes e a promover seus negócios para possíveis clientes.

Atraia os visitantes para se inscrever oferecendo algo de valor em troca de seus endereços de e-mail, como ofertas VIP exclusivas, conteúdos novos ou consultorias.

6. Informações principais no topo

No design da Web, a “dobra” refere-se à parte da janela que o cliente consegue visualizar sem rolar o mouse.

Se o conteúdo acima da dobra não estiver atrativo, será pouco provável que os visitantes se interessem em ver algo mais, portanto, certifique-se de que seu conteúdo mais cativante ou valioso não esteja oculto na parte inferior da página.

Lembre-se de ter um CTA antes da dobra.

7. Invista em imagens

Mesmo na web, uma imagem vale mais que mil palavras.

É fundamental que seus visitantes se sintam confiantes no que estão comprando.

Se as fotos de seus produtos forem muito pequenas ou se não houver detalhes suficientes do produto, eles poderão procurar imagens melhores e acabar comprando de um concorrente.

8. Facilite o contato com você

Exiba o número de telefone de sua empresa evidentemente em sua página inicial, preferencialmente na parte superior, ou tenha uma página de contato dedicada na navegação principal do seu site.

Os clientes querem saber que você é confiável e que há uma pessoa real por trás do site.

Não esqueça também de deixar em evidência seu e-mail para contato e links para suas mídias sociais. Nem todo mundo gosta de resolver as coisas por telefone.

9. Adicione depoimentos de clientes

92% dos consumidores confiam no que ouviram de outras pessoas, portanto

compartilhe o que seus clientes satisfeitos têm a dizer sobre sua empresa.

Ao adicionar esses depoimentos, você aumentará a confiança deles para fazer negócios com você.

Você pode começar pedindo que seus principais clientes escrevam algumas frases curtas sobre seus produtos ou serviços.

10. Seja pessoal

Adicionar uma página “quem somos” em seu website é mais importante do que a maioria das pessoas imaginam.

Quando um novo visitante entra em seu site, é sua chance de criar uma relação com ele e de se conectar em um nível mais pessoal.

As pessoas querem fazer negócio com pessoas que elas conhecem e confiam, portanto compartilhe quem você é e a sua paixão pelo negócio. Não torne essa página um argumento de venda.

Seja apaixonado e seja pessoal. Explique quem você é, de onde vem e por que começou o negócio.

Aqui você pode introduzir membros de sua equipe e compartilhar fotos divertidas de sua equipe.

11. Tenha um blog e cuide do SEO

Seu site não será muito bom se as pessoas não puderem encontrá-lo. A

otimização dos mecanismos de pesquisa (SEO) verifica se mecanismos de pesquisa como o Google encontram seu site e atribuem classificação alta nos resultados da pesquisa.

Atualmente, o Google vem valorizando conteúdo original, desta forma, uma das melhores saídas para conseguir uma posição boa no Google é investir em um Blog interno no seu site.

Outra questão é manter as URL's do seu site de forma amigável.

12. Deixe seu site responsivo

Além de ser um argumento importante, já que hoje em dia as pessoas navegam na internet pelo uso de celulares e tablets, o fato de ter um site que se encaixa nessas plataformas é também uma das prioridades do Google durante o posicionamento do site no seu mecanismo de busca.

Portanto, se seu site ainda não é responsivo, procure resolver isso.

13. Velocidade de carregamento

Sites rápidos e com ótima resposta, velocidade e praticidade tanto em dispositivos mobile quanto em computadores é uma das chaves para um site inteligente. Sites rápidos vendem mais!

14. Menos é mais

Cuidado para não criar textos longos, informações desnecessárias ou algo que

não vai agregar em nada.

Lembre-se, menos é mais.

15. Perguntas frequentes

Economize o seu tempo com respostas prontas e coloque no seu site, isso facilitará para você e sua equipe.

E aí, seu site tem esses elementos?

Caso não tenha, bora melhorar!

Landing page do zero

Nessa aula você vai saber os passos para construir sua landing page de alta conversão, afinal de contas é para ela que você enviará todo o seu tráfego.

Entenda:

- 1 **Landing page:** é uma página que fala de um produto ou serviço específico, geralmente focada em uma única ação.
- 2 **Landing page de alta conversão:** é uma página que vende e traz um retorno sobre o investimento quando você anuncia ela.

A landing page é a página que recebe o tráfego que vem do Google, Facebook ou outras plataformas de tráfego.

4 Pilares para gerar resultado garantido

- 1 **Landing page de alta conversão:** fazer o usuário agir;
- 2 **Oferta ou promessa:** fazer o usuário agir;
- 3 **Segmentação:** receber cliques qualificados
- 4 **Anúncios chamativos:** chamar atenção e receber os cliques.

E não importa se você vende serviço, tem um negócio local, e-commerce ou até mesmo produto digital.

Não esqueça que o primeiro passo ao construir uma landing page é definir o principal objetivo que ela tem:

Meta 1: incentivar os clientes a comprar no local da sua empresa;

Meta 2: incentivar os clientes a entrar em contato com você;

Meta 3: incentivar os clientes a realizar conversões no seu site;

Meta 4: incentivar as pessoas a fazerem o download do seu aplicativo.

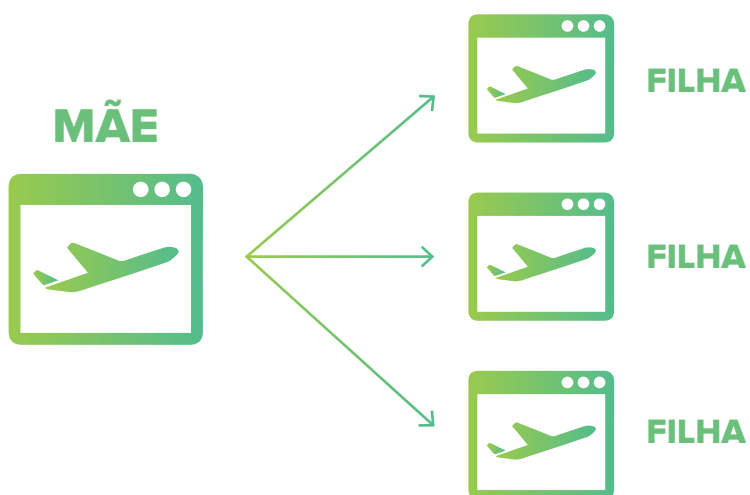
O que você precisa entender é que sua página de destino precisa ser específica de acordo com o produto ou serviço que você vende.

Dica para quem tem muitos serviços:

- 1 Foque no principal;
- 2 Depois replique suas landing pages para cada serviço.

Exemplo:

Como criar muitas landing pages sem gastar muito tempo



Gaste muito tempo fazendo uma landing page bem feita, depois replique.

Página longe x curta

- **Página Longa:** CPA dos leads pode ser mais caro, porém o usuário vem mais preparado para a compra;
- **Página curta:** CPA dos leads pode ser mais barato, porém o usuário vem menos preparado para a compra;
- **Página com vídeo:** É ótimo para venda direta, precisa convencer mais o cliente sobre o produto e serviço;
- **Página sem vídeo:** O usuário se torna um lead mais rápido, geralmente conhece mais sobre o produto e serviço.

Quanto mais difícil for para fazer o usuário agir, mais elementos você precisa inserir para convencê-lo a ir para o próximo passo.

4 Perguntas para você se fazer ao construir uma landing page

- 1 O que eu quero que o usuário faça ao entrar na minha LP?
- 2 Tudo está sendo direcionado para o objetivo que quero alcançar?
- 3 Quais informações não são relevantes para o objetivo que quero alcançar?
- 4 O que acontece depois que ela faz a ação principal?

4 Dicas básicas para criar uma landing page

- 1 A fonte é o seu cliente, imagine-se sempre no lugar dele (empatia).
- 2 Compare sua LP com a do seu concorrente e procure superá-lo (busque criar a melhor LP do mercado).
- 3 Comunicação persuasiva (induzir a pessoa a fazer aquilo que ela tem que fazer).
- 4 Leve sempre sua mensagem para a urgência (pessoas sempre adiam).

17 passos para criar landing pages de alta conversão

Aprenda a criar Landing Pages de alta conversão, lembre-se que é nessas páginas que você deve enviar o seu tráfego.

- 1 Foca na única ação;
- 2 Headline Forte;
- 3 Ação antes da dobra;
- 4 Autoridade;
- 5 Textos persuasivos;
- 6 Imagens;
- 7 Depoimentos;
- 8 CTAs (ao longo da página);
- 9 Escassez e Urgência;
- 10 Descrição do Produto Fácil Leitura;
- 11 FAQ;
- 12 Mostre Resultados (Prova);
- 13 Contato Rápido;
- 14 Garantia;
- 15 Comparação com concorrência;
- 16 Informações principais no topo;
- 17 Cuide bem dos próximos passos.

Pasta de Ideias

Uma maneira de fazer que sua landing page melhore muito.

Lembre-se, quando você usa o "cérebro" de várias pessoas, sua LP ficará muito melhor.

Entenda rapidamente como isso funciona:

A partir de hoje, toda vez que você encontrar uma LP incrível, você fará isso:

- 1 Baixe um app no Google Chrome, chamado Fireshot (gratuito);
- 2 Entrar em qualquer LP e clicar em capturar página inteira;
- 3 Guarde essa LP na sua pasta de ideias.

Na aula eu mostro o passo a passo de forma ilustrada de como você pode fazer isso na prática.

E-commerce de alta conversão

Confira os passos para criar um ecommerce de alta conversão, se seu modelo de negócio não é e-commerce, você pode pular para o próximo tema.

8 Fatores que influenciam o consumidor na compra online

- 1 **Frete grátis:** "74% dos consumidores afirmam que o "frete grátis" é fator de influência na hora de decidir, ou não, comprar online."
- 2 **Troca sem complicação:** De acordo com dados publicados pela consultoria e-Bit, 47% dos consumidores passaram a comprar menos pela internet por causa da complicação nas trocas.
- 3 **Avaliações de produto:** Dados da pesquisa do IBOPE afirmam que e-commerces mostram que mais de 47% das pessoas procuram informações sobre o produto antes de realizar uma compra.
- 4 **Campo de busca eficiente:** Dados da SLISystem – empresa especializada em comércio eletrônico – mostram que mais de 34% das pessoas que acessam lojas virtuais utilizam o campo de busca para facilitar a localização dos produtos desejados.
- 5 **Navegação intuitiva:** De olho no mobile.

- 6 **Estoque sortido:** Contar com uma boa variedade de produtos, ainda que com menor quantidade de peças em estoque, também é aconselhável.
- 7 **Novidades:** Além de estar por dentro das tendências do mercado, sua loja tem que estar renovando o mix de produtos constantemente.
- 8 **Formas de pagamento:** Pesquisa realizada pela e-bit mostra que 64% dos e-consumidores preferem compras parceladas.

16 Passos para criar um e-commerce de alta conversão

- 1 Título do produto (bem informativo);
- 2 Muitas fotos do produto;
- 3 Botão com cor em destaque e antes da dobra;
- 4 Ofereça outros produtos complementares;
- 5 Descrição do produto bem detalhada;
- 6 Comparação de produtos similares (todos você precisa estar vendendo);
- 7 Garantias de devolução;
- 8 PDF com especificações técnicas;
- 9 Vídeos do produto;
- 10 Perguntas frequentes;
- 11 Avaliações dos clientes;
- 12 Fotos do produto enviadas pelos clientes;
- 13 Fotos dos clientes que receberam o produto (depoimentos);
- 14 Crie Kits para aumentar o ticket médio;
- 15 Chat online;
- 16 No Checkout ofereça a opção de adicionar produtos complementares.

Bônus

Otimização Extrema de Sites

Devemos focar em sempre melhorar nosso site, os 2 pilares principais que verifico em nossos negócios são: Melhorias em Taxa de Conversão através do Teste A/B e na Velocidade do Carregamento.

Google Page Speed

Esta é uma ferramenta gratuita do Google para verificar como está a velocidade do seu site. Acesse <https://developers.google.com/speed/> para fazer um teste do seu website.

Até 3 segundos está boa.

De 3 a 5 segundos está moderada.

Acima de 5 segundos você precisa melhorar urgentemente.

Otimizar Imagens

Você pode utilizar o photoshop e salvar para web para obter uma imagem otimizada ou você pode utilizar esses sites que fazem a mesma coisa.

- <https://tinypng.com/>
- <https://squoosh.app/>

Hospedagens

Digital Ocean é um dos melhores servidores e com um custo justo pelo serviço oferecido, tem que ter um conhecimento grande para implementar, pois ele é todo manual e requer conhecimento de código.

Recomendamos que se você não tem conhecimento, contrate alguém para realizar esta parte que é muito importante.

Também existem outras opções parecidas, como a Vultr e a GoInfinite (revenda brasileira com planos da Digital Ocean e com painel de administração já instalado, o que torna mais fácil o uso).

Além dessas opções, também existem hospedagens compartilhadas, como a Hostgator. Elas são mais fáceis, já possuem servidores de e-mail e são mais baratas, porém, não são rápidas.

Clique nos botões abaixo e conheça melhor cada opção de hospedagem.

Cloud: Foco em performance

Digital Ocean

Hospedagem que usamos nos nossos projetos, porém, difícil de configurar.

Vultr

Alternativa à Digital Ocean, com instalação de WordPress em 1 clique.

GoInfinite

Revenda da Digital Ocean no Brasil com Painel que facilita o gerenciamento.

Compartilhada: Mais fácil e barata, porém, mais lenta.

Hostgator

Serviços de CND

O Cloudflare é um serviço gratuito que deixa seu site mais rápido e além disso protege contra possíveis ataques.

Plugins de Cache

W3 Total Cache, WP Fastest Cache, WP Rocket (pago) e NitroPack (pago), podem ser ótimas alternativas para deixar o seu site WordPress mais rápido.